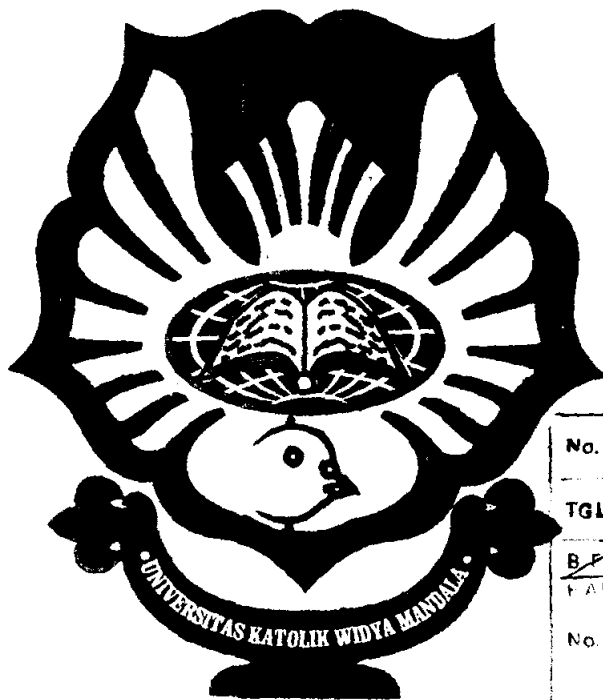


SKRIPSI

FENNY SOEWANTO

ANALISIS PENGARUH PENENTUAN POSISI PRODUK DAN
SALURAN DISTRIBUSI ROKOK MEREK "SURYA 12" PRODUKSI
PT. GUDANG GARAM TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI SURABAYA



No. INDUK	0437/02
TGL TERIMA	01 NOV 2001
B. I FADH	
No. BUKU	FE-M Soe ae-1
P KE	1 (SATU)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2001

**ANALISIS PENGARUH PENENTUAN POSISI PRODUK DAN
SALURAN DISTRIBUSI ROKOK MEREK “SURYA 12”
PRODUKSI PT. GUDANG GARAM TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH :

FENNY SOEWANTO

3103096239

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
PEBRUARI 2001

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul, Analisis Pengaruh Penentuan Posisi Produk dan Saluran Distribusi Rokok Merek “Surya 12” Produksi PT. Gudang Garam Terhadap Loyalitas Konsumen di Surabaya yang ditulis oleh Fenny Soewanto telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Dosen Pembimbing I : Drs. Ec. Teman Koesmono, MM



21/3/21


Dosen Pembimbing II : Dra. Ec. Maria Goreti Temengkol

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Fenny Soewanto NRP 3103096239

Telah disetujui pada tanggal 20/3/2021. Dan dinyatakan LULUS

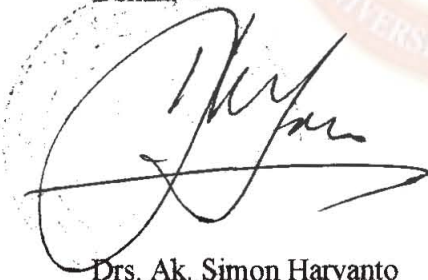
oleh Ketua Tim Penguji :



DR. Soedjono Abipraja

Mengetahui :

Dekan,



Drs. Ak. Simon Haryanto

Ketua Jurusan



Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasih-Nya yang tiada tara, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Analisis Pengaruh Penentuan Posisi Produk dan Saluran Distribusi Rokok Merek “Surya 12” Produksi PT. Gudang Garam Terhadap Loyalitas Konsumen di Surabaya” dengan baik.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu program akademik di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang harus ditempuh sebagai syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi program pendidikan Strata Satu (S1).

Dengan terselesaikannya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, dorongan dan pengarahan yang telah diberikan hingga selesainya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Simon Hariyanto, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM selaku ketua jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Teman Koesmono, MM selaku Dosen Pembimbing I yang dengan ikhlas telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan, petunjuk serta cara-cara demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. Ibu Dra. Ec. Maria Goreti Temengkol selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membimbing penulis dengan penuh kesabaran, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf tata usaha dan perpustakaan yang telah banyak memberi bantuan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Pimpinan Perusahaan PT. Gudang Garam beserta seluruh staf dan karyawan yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Papa dan Mama tercinta atas segala dukungan, doa dan kesabarannya serta adikku tersayang yang selama ini telah memberikan banyak dorongan kepada penulis.
8. Rekan-rekan mahasiswa yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas bantuannya selama ini.

Mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang kami miliki, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan senang hati penulis bersedia menerima segala kritik, saran dan pendapat yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Pebruari 2001

Penulis

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara penentuan posisi produk dan saluran distribusi rokok merek “Surya 12” produksi PT Gudang Garam terhadap loyalitas konsumen di Surabaya, serta untuk mengetahui manakah di antara penentuan posisi produk dengan saluran distribusi rokok merek “Surya 12” produksi PT Gudang Garam yang dominan terhadap loyalitas konsumen di Surabaya. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam pembahasan masalah skripsi ini. Objek penelitian adalah penentuan posisi produk dan saluran distribusi dalam hubungannya dengan loyalitas konsumen. Penelitian dilakukan pada perusahaan rokok PT Gudang Garam yang berlokasi di jalan Letjen. Sutoyo 55 Waru-Sidoarjo.

Bentuk rancangan penelitian ini adalah merupakan penelitian *survey* melalui instrumen kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Untuk pengukuran data digunakan skala interval dan teknik pengukuran data menggunakan skala *likert*.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa penentuan posisi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 8,356$, sedangkan nilai $t_{tabel} = 1,980$. Untuk saluran distribusi hasil analisis diketahui juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen hal ini ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} = 2,025$, sedangkan nilai $t_{tabel} = 1,980$.

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2.2. Tugas Manajemen Pemasaran.....	11
2.2.3. Pengertian Marketing Mix.....	12
2.2.3.1. Produk.....	12
2.2.3.2. Harga.....	13

2.2.3.3. Distribusi.....	13
2.2.3.4. Promosi.....	14
2.2.4. Produk.....	15
2.2.4.1. Perbedaan Produk.....	15
2.2.4.2. Segmentasi Pasar.....	16
2.2.4.2.1. Syarat-syarat untuk Mengadakan Segmentasi yang Efektif.....	16
2.2.4.2.2. Penetapan Sasaran Pasar.....	17
2.2.4.2.3. Hubungan antara Penetapan Sasaran Pasar dengan Segmentasi Pasar.....	20
2.2.4.3. Penentuan Posisi Produk.....	22
2.2.4.3.1. Strategi-strategi untuk Penentuan Posisi Produk	23
2.2.4.3.2. Dynamic Positioning.....	24
2.2.5. Hubungan Penentuan Posisi Produk dengan Loyalitas Konsumen.....	25
2.2.6. Tahapan-tahapan Proses Pembelian.....	25
2.2.7. Saluran Distribusi.....	27
2.2.7.1. Alternatif Saluran Distribusi untuk Barang Konsumsi.....	28
2.2.7.2. Keuntungan Menggunakan Perantara.....	30
2.2.7.3. Perantara Saluran.....	31
2.2.7.4. Jumlah Perantara dalam Saluran.....	34
2.2.8. Hubungan Saluran Distribusi dengan Loyalitas Konsumen.....	35
2.3. Hipotesis.....	35
2.4. Model Analisis.....	36

BAB 3 : METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Desain Penelitian	40
3.2. Identifikasi Variabel.....	40
3.3. Definisi Operasional	40
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4.1. Jenis Data.....	41
3.4.2. Sumber Data.....	42
3.5. Pengukuran Data.....	42
3.6. Alat dan Metode Pengmpulan Data.....	43
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.7.1. Populasi dan Sampel.....	44
3.7.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.8. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.9. Teknik Analisa Data.....	45
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	50
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	52
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.1.2. Lokasi Perusahaan.....	53
4.1.3. Struktur Organisasi.....	54
4.1.4. Hasil Produksi Perusahaan.....	58
4.2. Deskripsi Data.....	58
4.2.1. Data Target dan Realisasi Penjualan.....	58

4.2.2. Karakteristik Responden.....	61
4.2.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.2.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
4.2.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	63
4.3. Analisis Data.....	64
4.4. Pembahasan.....	68
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Simpulan.....	72
5.2. Saran.....	73
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Target dan Realisasi Penjualan	5
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Antara Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian yang akan Diteliti.....	10
Tabel 4.1. Data Target dan Realisasi Penjualan Tahun 1995.....	60
Tabel 4.2. Data Target dan Realisasi Penjualan Tahun 1996.....	60
Tabel 4.3. Data Target dan Realisasi Penjualan Tahun 1997.....	61
Tabel 4.4. Data Target dan Realisasi Penjualan Tahun 1998.....	61
Tabel 4.5. Data Target dan Realisasi Penjualan Tahun 1999.....	62
Tabel 4.6. Kelompok Jenis Kelamin Konsumen.....	62
Tabel 4.7. Kelompok Usia Konsumen.....	63
Tabel 4.8. Kelompok Tingkat Pendidikan Konsumen.....	63
Tabel 4.9. Kelompok Pekerjaan konsumen.....	64
Tabel 4.10. Kelompok Pengeluaran per Bulan Konsumen.....	64
Tabel 4.11. Hasil Analisis Pengaruh Penentuan Posisi Produk dan Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Konsumen Rokok “Surya12” Produksi Gudang Garam.....	65
Tabel 4.12. Hasil Analisis Pengaruh Masing-masing Penentuan Posisi Produk Dan Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Konsumen Rokok “Surya 12” Produksi Gudang Garam.....	68

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Pola Dasar Preferensi Pasar.....	21
Gambar 2.2. Saluran Distribusi untuk Barang Konsumsi.....	29
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

Lampiran 2 : Hasil Jawaban Kuesioner

Lampiran 3 : Frequency Tabel

Lampiran 4 : Hasil Perhitungan SPSS

Lampiran 5 : Tabel F-test

Lampiran 6 : Tabel T-test

